

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, S. & S. A. S. (2016). Flash Sales – The Game Changer in Indian E-Commerce Industry. *International Journal of Advance Research and Innovation*, 4(1 (2016) 192-195).
- Ahdiat, A. (2023). *Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom. *E-Proceeding of Applied Science*, Vol.5, No., 571.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Anshari, M. F., & Mahani, S. E. (2018). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA SITUS BERRYBENKA.COM (STUDI PADA MASYARAKAT KOTA BANDUNG)* [Universitas Islam Bandung]. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.13145>
- Anwar, M. A. (2022). *Pengaruh Promosi Flash Sale Shopee Terhadap Perilaku Membeli Mahasiswa Universitas Hasanuddin* [Universitas Hasanuddin]. <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/23921/>
- Ariyanto, A., Wongso, F., & Wijoyo, H. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Insan Cendekia Mandiri.
- Ashari, N. N., & Indayani, L. (2023). *Persepsi Generasi Z Pada Affiliate Marketing, Online Customer Experiences dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 1–8.
- Baisyir, F. (2021). *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap pada Loyalitas Kosumen (Studi Kasus pada Konsumen Grabfood Jakarta Timur)*. 21–49.
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 60–76. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1833>
- Farih, A., Jauhari, A., & Widodo, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*

Dan Kewirausahaan, 4, No 1.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v4i1.361>

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Badan Pene).

Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*.

Haryani, H., Salsabila, C., & Cahayati, N. (2023). Pengaruh Diskon Flash Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Customer Dalam Melakukan Pembelian Marketplace Shopee. *Indonesian Journal Accounting (IJAcc)*, Vol 4 No 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.33050/ijacc.v4i2.2933>

Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). ANALISIS PERSEPSI PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM (ONGKIR) SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, Vol 1 No 2(Vol 1 No 2 (2022)). <https://doi.org/https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1011>

JR, Hair., & Joseph F. (2010). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall International.

Juliandi, A. (2018). *STRUCTURAL EQUATION MODEL BASED PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS* (Pelatihan). Universitas Batam. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2532119>

Kembaren, N. C. B. (2023). *PENGARUH PROMOSI AFFILIATE MARKETING TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASYARAKAT KECAMATAN DELITUA*. Universitas Medan Area.

Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL DI PEKALONGAN. *Jurnal Studi Keislaman*, Vol 7 No 1(Vol 7 No 1 (2021): Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman). <https://doi.org/https://doi.org/10.61136/anv68b47>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.

Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15th* (New Jersey).

Kotler, P., & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ket). Erlangga.

Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace* (Alaika M.). CV. Global Aksara Pers.

Pinky, A. (2022). *PENGARUH REVIEW DAN AFFILIATE MARKETING PRODUK MARKETPLACE TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas

Islam Negeri Raden Intan Lampung) [UIN RADEN INTAN LAMPUNG].
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/20462>

Prabaningrum, F. L. (2022). *Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Dan Voucher Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee Affiliate Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta* [Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi YKPN].
<http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/1173>

Pranawa, I. P. L. A., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 16 No(Vol. 16 No. 4 (2019)).
<https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>

Prayitno. (2008). *Sekilas Perkembangan Internet di Indonesia*. Goechi.

Rahmawati, N., F. (2023). *Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian* [STIE YKPN].
<http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/1172>

Ritonga R. A., & Risal T. (2023). Pengaruh Free Ongkir Kirim Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop (Studi Pada Pengguna Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 73–91.
<https://doi.org/10.30640/digital.v2i1.643>

Roykanah, S. (2018). Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya Skripsi. *Interciencia*, 489(20), 1. <http://digilib.uinsby.ac.id/26328/>

Sandrawati, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Gratis Ongkos Kirim Dan Flash Sale Tanggal Cantik Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. *University of Islam Malang*.

Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, S. R. (2022). Pengaruh Flash Sale, Customer Review, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 322–328.

Sari, V. N. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Manajemen Pemasaran*, 1–35.

Sawitri, K., P., Nurhajati, & Basalamah, M. R. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Flash Sale 12.12, dan Tagline Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019). *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 12 No(02), 985–995. <file:///C:/Users/kadek/Downloads/19995-56158-1-PB.pdf>

- Siregar, D. P. (2023). *Pengaruh Flash Sale dan Gratis Ongkir Terhadap Buying Decison di Shopee di Kota Jambi* [Universitas Jambi]. <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/49814>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (ed. 1). CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Tahun 2020*. Alfabeta : Bandung., 2020.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono F. & Diana A. (2020). *Pemasaran* (Ed.I).
- Wicaksono, Q., Muljono, P., & Cahyadi, E. R. (2022). Pengaruh Shopee Affiliates Program terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *IPB University, Renaldi*, 1–43. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/113516>
- Widodo, R. (2022). *PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM, FLASH SALE DAN CASH ON DELIVERY, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ONLINE SHOPEE PADA MASYARAKAT KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU.
- Wikipedia. (2023). *Shopee*. Wikipedia; Ensiklopedia Bebas. <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Wiludjeng, S., & Nurlela, S. (2013). PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT “X.” *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers Sancall*.